

"PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR RETURN BARANG TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JNE CABANG GUNUNGSITOLI"

by Halawa Lidia Warisani

Submission date: 08-Jan-2024 09:56PM (UTC-0500)

Submission ID: 2268198225

File name: skripsi_Lidia_warisani_halawa.docx (160.61K)

Word count: 16333

Character count: 94242

**PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR
RETURN BARANG TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI JNE CABANG
GUNUNGSITOLI**

SKRIPSI



OLEH:

LIDIA WARISANIHALAWA

NIM. 2319298

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NIAS

T.A 2023

**PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR
RETURN BARANG TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI JNE CABANG
GUNUNGSITOLI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Nias
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen

OLEH:

LIDIA WARISANI HALAWA

NIM. 2319298

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NIAS

T.A 2023

ABSTRAK

Halawa, w. Lidia. 2023. Pengaruh Standar Operasional Prosedur Return Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan Di JNE Cabang Gunungsitoli. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Nias. Dosen Pembimbing Bapak Jeliswan B. I. J. GEA, S.E., M.M.

Penelitian ini menganalisis pengaruh standar operasional prosedur return barang terhadap loyalitas pelanggan Di JNE Cabang Gunungsitoli. Terdapat permasalahan yang diamati oleh peneliti yaitu proses *return* barang di JNE cabang Gunungsitoli masih mengalami kendala yang dapat berdampak negatif pada loyalitas pelanggan. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain adalah pertama lambatnya proses *return* barang, di mana pelanggan harus menunggu terlalu lama untuk proses pengembalian dana atau penggantian barang yang diretur. Kedua, ketidakjelasan prosedur *return* barang juga sering terjadi, di mana pelanggan tidak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk melakukan *return* barang secara benar dan efektif. Ketiga adalah kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai proses *return* barang, dalam hal ini pelanggan sering kali tidak mengetahui secara pasti status dari *return* barang yang telah mereka lakukan, sehingga mereka sulit untuk mengetahui kapan dana akan dikembalikan atau kapan barang pengganti akan diterima. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah standar operasional prosedur return barang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Di JNE Cabang Gunungsitoli. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa standar operasional prosedur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai pengaruh sebesar 1.145 dan nilai signifikansi 0.00. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien determinan (*R-Square*) yaitu sebesar 0.834. sehingga secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa standar operasional prosedur mempengaruhi loyalitas pelanggan secara sebesar 83%.

Kata Kunci : Loyalitas pelanggan, standar operasional prosedur

ABSTRACT

Halawa, W. Lidia. 2023. ⁸ The Effect of Standard Operational Procedures for Returning Goods on Customer Loyalty at JNE Gunungsitoli Branch. Management Study Program. Faculty of Economics. Nias University. Supervisor Mr. Jeliswan B. I. J. GEA, S.E., M.M.

This research analyzes the influence of standard operational procedures for returning goods on customer loyalty at the JNE Gunungsitoli Branch. There is a problem observed by researchers, namely that the process of returning goods at the JNE Gunungsitoli branch is still experiencing problems which can have a negative impact on customer loyalty. Some of the obstacles that are often faced include, firstly, the slow process of returning goods, where customers have to wait too long for the refund process or replacement of returned goods. Second, unclear procedures for returning goods also often occur, where customers do not know the steps that must be taken to return goods correctly and effectively. Third is the lack of information provided to customers regarding the process of returning goods, in this case customers often do not know the exact status of the goods they have returned, so it is difficult for them to know when the funds will be returned or when replacement goods will be received. This research aims to find out whether standard operational procedures for returning goods influence customer loyalty at the JNE Gunungsitoli Branch. In conducting this research, researchers used quantitative research methods with multiple linear analysis techniques. The results of this research show that standard operational procedures have a positive and significant effect on customer loyalty with an influence value of 1.145 and a significance value of 0.00. Based on the calculation results, the determinant coefficient (R-Square) value is 0.834. So overall it can be said that standard operational procedures influence customer loyalty by 83%.

Keywords: Customer loyalty, standard operating procedures

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Standar Operasional Prosedur Return Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Gunungsitoli**".

Penyusunan Skripsi penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nias dalam tugas akhir. Skripsi penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt., M.Si. sebagai Pj. Rektor Universitas Nias.
2. Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
3. Bapak Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si. sebagai Ketua LPPM Universitas Nias.
4. Bapak Eliagus Telaumbanua, S.E., M.M. sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
5. Bapak Yupiter Mendrofa, S.E., M.M. selaku Plt. Ketua Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
6. Bapak Jeliswan B. I. J. Gea, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Palindungan Lahagu, S.E., M.M. selaku Dosen Penelaah yang memberikan ide dan pikiran untuk membantu penyusunan skripsi penelitian ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Pegawai yang telah memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ucapan terimakasih kepada keluarga yang telah mendukung, selalu memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari menyadari adanya keterbatasan di dalam penyusunan skripsi penelitian ini. Besar harapan Peneliti akan dan kritik yang bersifat membangun.

Gunungsitoli, Desember 2023
Penulis,

LIDIA WARISANI HALAWA
NIM. 2319298

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	5
1.6.1 Bagi Peneliti	5
1.6.2 Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias	5
1.6.3 Bagi Lokasi Penelitian	5
1.6.4 Bagi Peneliti Selanjutnya	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Standar Operasional Prosedur	6
2.1.1 Pengertian Standar Operasional Prosedur	7
2.1.2 Tujuan Penggunaan SOP	8
2.1.3 Manfaat dan Fungsi SOP	8
2.1.4 Tahap Penting Dalam Penyusunan SOP	9
2.1.5 Indikator SOP	9
2.1.6 Unsur-Unsur Dalam Penyusunan SOP	10
2.1.7 Prinsip-Prinsip SOP	11
2.1.8 Isi SOP	12

2.2	<i>Return</i> Barang	12
2.2.1	Pengertian <i>Return</i> Barang	12
2.2.2	Alasan <i>Return</i> Barang	12
2.2.3	Jenis-jenis <i>Return</i> Barang	13
2.2.4	Cara Mencatat <i>Return</i> Penjualan	13
2.3	Loyalitas Pelanggan	14
2.3.1	Pengertian Loyalitas	14
2.3.2	Karakteristik Pelanggan Yang Loyal	16
2.3.3	Alasan Menjaga Pelanggan	16
2.3.4	Indikator Loyalitas Pelanggan	17
2.3.5	Tahapan Loyalitas Pelanggan	17
2.3.5	Faktor Loyalitas Pelanggan	19
2.4	Hasil Riset yang Relevan	21
2.5	Kerangka Konseptual	24
2.6	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Variabel Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	27
3.4	Instrumen Penelitian	28
3.4.1	Jenis Instrumen	28
3.4.2	Kisi-Kisi Instrumen	28
3.4.3	Skala Pengukuran	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Verifikasi Data	32
3.6.2	Pengolahan Angket	32
3.6.3	Uji Validitas Data	32
3.6.4	Uji Reabilitas Data	33
3.6.5	Uji Asumsi Klasik	34

3.6.6 Pengujian Hipotesis.....	36
3.6.7 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	37
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	38
3.7.1 Lokasi Penelitian	38
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Temuan Penelitian	39
4.1.1 Sejarah JNE Cabang Gunungsitoli	39
4.2 Verifikasi Data.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.3 Pengolahan Angket.....	42
4.3.1 Hasil Skor Angket Variabel X.....	43
4.3.2 Hasil Skor Angket Variabel Y	44
4.4 Hasil Penelitian	45
4.4.1 Uji Validitas	45
4.4.2 Uji Reabilitas	47
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.4 Uji Hipotesis.....	50
4.4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	51
4.5 Analisa Hasil Penelitian.....	51
4.5.1 Pengaruh Standar Operasional Prosedur <i>Return</i> Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli	52
4.5.2 Besar Nilai Pengaruh Standar Operasional Prosedur Return Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen	29
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	38
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 4. 4 Hasil Skor Angket Variabel X.....	43
Tabel 4. 5 Hasil Skor Angket Variabel Y.....	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas SOP	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas	49
Tabel 4. 10 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	48
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi	49
Tabel 4. 12 Uji Parsial (Uji t)	50
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Sederhana	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, perdagangan antar negara semakin berkembang dan semakin banyak pengiriman barang yang dilakukan oleh perusahaan ekspedisi atau pengiriman barang. Salah satu perusahaan ekspedisi yang cukup dikenal di Indonesia adalah JNE (Jalur Nugraha Ekakurir). JNE memiliki layanan pengiriman yang terpercaya dan berbagai jenis layanan seperti pengiriman dokumen, paket, hingga barang yang membutuhkan penanganan khusus seperti barang beracun dan berbahaya. JNE adalah perusahaan jasa pengiriman yang berdiri pada tahun 1990 dan berkantor pusat di Jakarta yang memiliki jangkauan layanan hingga ke pelosok-pelosok daerah di Indonesia.

Dalam menjalankan bisnis pengiriman barang, perusahaan ekspedisi sering dihadapkan dengan berbagai masalah yang membutuhkan penanganan yang efektif. Salah satu masalah yang sering terjadi dan perlu mendapat perhatian khusus adalah penawaran program *return* barang. *Return* barang merupakan situasi di mana pelanggan mengembalikan barang kepada penjual karena berbagai alasan, seperti kerusakan, ketidaksesuaian dengan pesanan, atau kurang memuaskan. Hal ini menjadi penting karena masalah *return* barang memiliki potensi untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang dapat memberikan dampak positif atau sebaliknya memberikan dampak buruk bagi kelangsungan perusahaan. Sehingga *return* barang dapat menjadi sumber kekhawatiran bagi perusahaan ekspedisi seperti JNE. Ketika pelanggan mengalami ketidakpuasan atau ketidaksesuaian dengan pesanan mereka, mereka cenderung mengembalikan barang tersebut. Sebagai perusahaan yang berkomitmen untuk memberikan layanan pengiriman yang optimal, JNE harus memastikan bahwa setiap *return* barang ditangani dengan cepat dan efisien. Mengatasi masalah *return* barang bukan hanya tentang mengembalikan, mengganti barang yang rusak atau tidak sesuai, tetapi juga

tentang membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dijelaskan oleh (Hermanto, 2019), bahwa “loyalitas pelanggan dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan kunjungan untuk (jasa layanan) yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya merasakan produk jasa tersebut”. Artinya, dengan program kegiatan yang ditawarkan oleh perusahaan pengiriman seperti JNE yaitu *return* barang dapat memberikan pengalaman berharga bagi pelanggan sehingga akan melakukan penggunaan jasa secara berulang di masa yang akan datang.

Salah satu cara untuk mengatasi masalah *return* barang dalam kaitannya meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) yang meliputi langkah-langkah seperti pengumpulan informasi tentang alasan *return* barang, pengecekan kondisi barang yang di-*return*, pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai, dan pelaporan data *return* barang secara teratur. Menurut (Gabriele, 2018), “standar operasional prosedur (SOP) adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai dengan fungsi dari pekerjaan konsisten, meminimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah”. Dengan menerapkan SOP ini secara konsisten dan terstandarisasi, perusahaan dapat mempercepat proses *return* barang, meningkatkan akurasi pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Tentunya perihal ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu cabang JNE berada di Gunungsitoli telah menjadi bagian yang integral dalam operasi mereka selama bertahun-tahun. Dengan keberadaannya yang sudah cukup lama, cabang ini telah berhasil membangun reputasi yang kuat dan kepercayaan dari masyarakat setempat. Sebagai salah satu kota di Kepulauan Nias, Gunungsitoli memiliki permintaan pengiriman barang yang mumpuni. Cabang JNE di Gunungsitoli menjalankan perannya dalam memenuhi kebutuhan logistik dan pengiriman barang di daerah ini. Dengan staf yang berpengalaman, cabang JNE di Gunungsitoli mampu memberikan layanan pengiriman yang handal, cepat, dan aman kepada pelanggan dengan

memanfaatkan agen JNE yang dimiliki. Keberadaan cabang ini juga berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan perekonomian daerah. Melalui operasinya yang berkesinambungan, cabang JNE di Gunungsitoli memberikan nilai tambah kepada masyarakat dan berperan dalam memajukan sektor logistik.

Namun dari hasil pengamatan sementara yang dilakukan oleh peneliti bahwa pada kenyataannya, proses *return* barang di JNE cabang Gunungsitoli masih mengalami kendala yang dapat berdampak negatif pada loyalitas pelanggan. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain adalah pertama lambatnya proses *return* barang, di mana pelanggan harus menunggu terlalu lama untuk proses pengembalian dana atau penggantian barang yang diretur. Kedua, ketidakjelasan prosedur *return* barang juga sering terjadi, di mana pelanggan tidak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk melakukan *return* barang secara benar dan efektif. Ketiga adalah kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai proses *return* barang, dalam hal ini pelanggan sering kali tidak mengetahui secara pasti status dari *return* barang yang telah mereka lakukan, sehingga mereka sulit untuk mengetahui kapan dana akan dikembalikan atau kapan barang pengganti akan diterima. Ketidakpastian ini dapat menimbulkan penurunan loyalitas pelanggan JNE cabang Gunungsitoli. Disisi lain, dari hasil pembicaraan peneliti dengan salah satu karyawan JNE Cabang Gunungsitoli bahwa apabila terjadi *return* barang, akan berdampak pada kerugian pada pihak pengirim dikarenakan masih bertanggungjawab atas pengiriman barang tersebut. Dan juga pihak JNE dirugikan dikarenakan tidak tercapainya target operasional perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti berkeinginan mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Standar Operasional Prosedur Return Barang terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah masih terdapat pelanggan yang terkendala dalam proses *return* barang

disebabkan SOP di JNE cabang Gunungsitoli sehingga terdapat banyak pelanggan yang merasa kecewa.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan peneliti dalam melakukan penelitian, maka dibuat batasan agar tidak menjangkau dan tidak membahas hal yang lain. Maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah tentang standar operasional *return* barang dan loyalitas pelanggan di JNE cabang Gunungsitoli.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Standar operasional prosedur *return* barang terhadap loyalitas pelanggan pada JNE cabang Gunungsitoli ?
2. Seberapa besar pengaruh Standar operasional prosedur *return* barang terhadap loyalitas pelanggan pada JNE cabang Gunungsitoli ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh standar operasional prosedur *return* barang terhadap loyalitas pelanggan pada JNE cabang Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh standar operasional prosedur *return* barang terhadap loyalitas pelanggan pada JNE cabang Gunungsitoli.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

1.6.1 Bagi Peneliti

Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peneliti tentang pentingnya standar operasional prosedur *return* barang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.6.2 Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Meningkatkan reputasi Fakultas Ekonomi sebagai lembaga yang menghasilkan penelitian yang relevan dan bermanfaat bagi dunia bisnis.

1.6.3 Bagi Lokasi Penelitian

Memperkuat reputasi JNE Cabang Gunungsitoli sebagai perusahaan yang peduli terhadap kepuasan pelanggan dan komitmen terhadap layanan berkualitas.

1.6.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Menyediakan sumber referensi dan data empiris yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk membandingkan hasil atau melakukan analisis perbandingan di wilayah atau industri yang serupa.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Standar Operasional Prosedur

Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, mengharuskan perusahaan mampu meningkatkan kinerja agar berjalan secara efektif dan produktif. Kinerja suatu perusahaan dinilai dari kemampuan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya agar dapat memperoleh laba yang maksimal. Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan “menetapkan Standar operasional prosedur (SOP) pada setiap unit kerja dalam rangka meningkatkan kinerja yang efektif dan sistematis” (Taufiq, 2019).

Pengembangan dan penerapan dari Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan bagian penting dari keberhasilan sistem kualitas dimana Standar Operasional Prosedur (SOP) menyediakan informasi untuk setiap individu dalam perusahaan untuk menjalankan suatu pekerjaan, dan memberikan konsistensi pada kualitas dan integritas dari suatu produk atau hasil akhir. Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit yang bersangkutan.

Adanya Standar Operasional Prosedur (SOP), penyelenggaraan administrasi pun dapat berjalan dengan pasti. Berbagai bentuk penyimpangan dapat dihindari atau sekalipun terjadi penyimpangan di lingkungan perusahaan, hal tersebut dapat ditemukan penyebabnya dan bisa diselesaikan dengan cara yang tepat. Tujuan utama dari penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah agar tidak terjadi kesalahan dalam pengerjaan suatu proses kerja yang dirancang. Pemaparan yang telah dikemukakan, memberikan pengetahuan bahwa tujuan dari Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah untuk memudahkan dan menyamakan persepsi semua orang

yang menggunakannya, dan untuk lebih memahami setiap langkah kegiatan yang harus dilaksanakan:

- a. Tujuan Umum Sebagai acuan dari berbagai proses kerja rutin supaya dapat terlaksana dengan efisien, konsisten dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan melalui pemenuhan standar yang berlaku.
- b. Tujuan Khusus Untuk menjaga konsistensi tingkat penampilan kinerja atau kondisi tertentu dan keamanan petugas lingkungan dalam melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan dan sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan tertentu bagi sesama pekerja, untuk menghindari kegagalan, kesalahan dan keraguan, duplikasi serta pemborosan dalam proses pelaksanaan kegiatan.

2.1.1 Pengertian Standar Operasional Prosedur

Menurut (Gabriele, 2018), “standar operasional prosedur (SOP) adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai dengan fungsi dari pekerjaan konsisten, meminimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah”.

Menurut Soemohadiwidjojo (2017: 11), “*standard operating procedure* (SOP) merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar”.

Tambahan juga mendefinisikan bahwa “SOP merupakan sekumpulan operasional standar yang digunakan sebagai pedoman di perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang efektif, konsisten, dan sistematis” (Taufiq, 2019).

¹³ Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah panduan atau pedoman yang digunakan untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai dengan fungsi yang ditetapkan. Tujuannya adalah untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar, meminimalkan kesalahan, dan memfasilitasi penyelesaian masalah. SOP juga berperan sebagai ¹² sekumpulan operasional standar yang digunakan sebagai pedoman di perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang efektif, konsisten, dan sistematis. Dengan mengikuti SOP, suatu organisasi dapat memastikan bahwa prosedur-prosedur yang diterapkan

konsisten dan sesuai dengan standar yang ditetapkan, sehingga memungkinkan pencapaian tujuan organisasi secara efisien.

2.1.2 Tujuan Penggunaan SOP

Penggunaan SOP dalam organisasi bertujuan untuk memastikan organisasi beroperasi secara konsisten, efektif, efisien, sistematis, dan terkelola dengan baik, untuk menghasilkan produk yang memiliki mutu konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Implementasi SOP dalam organisasi dimaksudkan agar organisasi dapat menghadapi tantangan-tantangan yang disampaikan oleh Soemohadiwidjojo (2017: 11) sebagai berikut:

- a. Tingkat kesulitan kegiatan operasional organisasi semakin tinggi sehingga risiko terjadinya kesalahan atau penyimpangan juga semakin tinggi.
- b. Semakin banyak persyaratan dan peraturan perundangan yang harus dipatuhi organisasi.
- c. Pelanggan yang semakin kritis dengan tuntutan mutu produk organisasi yang konsisten atau semakin baik.

Menurut Fatimah (Taufiq, 2019), tujuan utama dari penyusunan SOP pada dasarnya untuk memberikan pedoman kerja agar aktivitas perusahaan dapat terkontrol secara sistematis. Dengan terkontrolnya aktivitas, tentunya target yang ingin dicapai dapat terwujud secara maksimal. Tujuan penyusunan SOP untuk perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sebagai berikut:

- a. Menjaga konsisten kerja setiap karyawan.
- b. Memperjelas alur tugas dan tanggung jawab setiap unit kerja.
- c. Mempermudah proses *monitoring* dan menghemat waktu program *training*, karena SOP tersusun secara sistematis.

2.1.3 Manfaat dan Fungsi SOP

Dalam tulisan (Taufiq, 2019), Tathagati menyampaikan manfaat SOP dalam aktivitas unit kerja di antaranya:

- a. Pertama, meminimalisir kesalahan dalam melakukan pekerjaan.
- b. Kedua, mempermudah dan menghemat waktu serta tenaga dalam program *training* karyawan.
- c. Ketiga, sebagai sarana komunikasi pelaksanaan pekerjaan
- d. Keempat, sebagai acuan dalam melakukan penilaian terhadap proses layanan dan pelayanan.

Fungsi Standar Operasional Prosedur (SOP):

- a. Memperlancar tugas pegawai .
- b. Sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan.
- c. Mengarahkan pegawai untuk disiplin dalam bekerja
- d. Sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

Jika Standar Operasional Prosedur (SOP) dijalankan dengan baik dan benar maka perusahaan akan mendapat banyak manfaat dari penerapan tersebut.

2.1.4 Tahap Penting dalam Penyusunan SOP

Dalam tulisan (Taufiq, 2019), tahap penting dalam penyusunan SOP adalah dengan melakukan analisis sistem, dan prosedur kerja, analisis tugas, dan melakukan analisis prosedur kerja.

- a. Analisis sistem dan prosedur kerja merupakan aktivitas yang mengidentifikasi fungsi utama dan langkah-langkah yang diperlukan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Sistem dalam kesatuan unsur saling berhubungan dan mempengaruhi sedemikian rupa, sehingga muncul dalam bentuk keseluruhan pekerjaan
- b. Analisis tugas merupakan proses manajemen dalam suatu pekerjaan, karena analisis tugas diperlukan dalam perencanaan organisasi. Sedangkan prosedur kerja dirumuskan sebagai serangkaian langkah kerja yang berhubungan, biasanya dilaksanakan lebih dari satu orang.

2.1.5 Indikator SOP

Menurut Santosa “SOP terdiri dari 7 hal pokok sebagai indikator bahwa SOP diterapkan dengan baik yaitu efisiensi, konsisten, minimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah, perlindungan tenaga kerja, peta kerja, dan batasan pertahanan” (Gabriele, 2018).

- a. Efisiensi
Efisiensi diartikan sebagai suatu ketepatan, efisiensi berupa hal yang berhubungan dengan kegiatan atau aktifitas yang diharapkan akan menjadi lebih tepat dan tidak hanya cepat saja, melainkan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan.
- b. Konsistensi
Konsistensi dapat diartikan sebagai ketetapan atau hal yang tidak berubah maka dapat di kalkulasi dengan tepat. Keadaan yang konsisten akan memudahkan pengukuran untung-rugi, juga regulasi pemasaran oleh karena itu semua yang terlibat di dalamnya sangat membutuhkan disiplin tinggi
- c. Minimalisasi kesalahan
Minimalisasi kesalahan yaitu dapat menjauhkan segala eror di segala area tenaga kerja. Standar operasional prosedur (SOP) menjadi panduan pasti yang membimbing tiap pegawai menjalankan aktivitas kerjanya secara sistematis.
- d. Penyelesaian Masalah

Standar operasional prosedur (SOP) juga dapat menjadi penyelesaian masalah yang mungkin juga timbul dalam aktivitas perusahaan atau institusi. Terkadang konflik antar karyawan sering terjadi. Bahkan, seolah oleh tidak ada penengah yang bisa memecahkan konflik yang dimaksud. Tetapi, apabila dikembalikan ke dalam standar operasional prosedur (SOP) yang sebelumnya sudah disusun secara tepat, maka tentu saja kedua belah pihak harus tunduk pada standar operasional prosedur (SOP) tersebut.

- e. **Perlindungan tenaga kerja**
Perlindungan tenaga kerja adalah langkah pasti di mana memuat segala tata cara untuk melindungi tiap sumber daya dari potensi pertanggungjawaban, dan berbagai persoalan personal. Standar operasional prosedur (SOP) dalam hal ini di maksud melindungi hal yang berkaitan dengan persoalan pegawai sebagai loyalitas perusahaan dan pegawai sebagai individu secara personal.
- f. **Peta kerja**
Peta kerja sebagai pola di mana semua aktivitas yang sudah tertata rapi bisa dijalankan dalam pikiran masing-masing sebagai suatu kebiasaan yang pasti. Dengan standar operasional prosedur(SOP), pola kerja menjadi lebih fokus dan tidak melebar kemana-mana, hal ini terkait dengan poin pertama yang efisien, bahwa salah satu syaratnya adalah fokus terhadap peta yang akan dijalankan.
- g. **Batas pertahanan**
Batasan pertahanan dipahami sebagai langkah *defense* dari segala inspeksi baik dari pemerintah ataupun pihak-pihak relasi yang menginginkan kejelasan peta kerja perusahaan. Standar operasional prosedur (SOP) bisa diibaratkan sebagai benteng pertahanan yang kokoh karena secara prosedural segala aktifitas institusi ataupun perusahaan sudah tertera dengan jelas. Oleh karena itu, inspeksi-inspeksi yang bersifat datang dari luar perusahaan tidak bisa menjadikan hal-hal yang sudah termuat dalam standar operasional prosedur (SOP) untuk merubah atau bahkan menggoyahkan perusahaan.

2.1.6 Unsur-unsur dalam Penyusunan SOP

16

Dalam (Oron et al., 2022) disampaikan Tambunan unsur-unsur SOP yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan SOP adalah sebagai berikut:

- a. **Tujuan**
Tujuan penyusunan SOP merupakan landasan setiap prosedur dan langkah-langkah kegiatan di dalam SO
- b. **Kebijakan**
Pernyataan kebijakan bertujuan mendukung pelaksanaan prosedur secara efektif, efisien, dan bersifat spesifik untuk masing-masing prosedur
- c. **Petunjuk Operasional**
Petunjuk operasional sangat penting untuk mengarahkan pengguna bagaimana membaca dan memahami dokumen SO Petunjuk operasional disajikan di halaman awal pedoman. Petunjuk ini harus dinyatakan dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.
- d. **Pihak yang Terlibat**
Sebagai pihak penyusun, sebaiknya SOP disusun oleh satu tim. Hal ini bertujuan supaya perihal dalam perubahan SOP mudah dikomunikasikan.
- e. **Formulir**
Kemudian media masukan disiapkan, sehingga kegiatan di dalam sistem dapat dilakukan, dengan asumsi bahwa kualitas data sudah memenuhi persyaratan sesuai yang dinyatakan dalam kebijakan ataupun syarat prosedur.
- f. **Proses**

Tujuan proses di sini adalah mengubah masukan menjadi keluaran. Proses dapat terdiri dari satu atau lebih *subproses*. Data dan informasi masukan di dalam masukan diubah menjadi informasi dan *knowledge* yang dibutuhkan oleh organisasi untuk pengambilan keputusan dan melaksanakan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

g. Laporan

Laporan yang dimaksud dalam SOP harus dibedakan dengan formulir, *blanko*, atau dokumen. Laporan dalam suatu prosedur, biasanya sangat spesifik dan tidak akan sama dengan laporan yang diproduksi di dalam prosedur lainnya.

h. Validasi

Validasi adalah bagian yang penting dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan di dalam organisasi. Tujuan melakukan validasi untuk memastikan bahwa semua keputusan yang diambil dan kegiatan yang dilakukan telah sah (valid).

i. Kontrol

Kontrol bias dilakukan dengan berbagai cara. Ada yang menurut spesifikasinya, prosedurnya, kepatuhannya, dan sebagainya. Untuk dapat menerapkan SOP dan prosedur-prosedur, maka kontrol yang diterapkan harus mencakup semua bentuk kontrol tersebut

2.1.7 Prinsip-prinsip SOP

Dalam (Oron et al., 2022), ada beberapa prinsip dalam pembuatan

SOP, antara lain:

- a. Sederhana, sehingga SOP tersebut dapat mempermudah pengawasan.
- b. Spesialisasi harus dipergunakan dengan sebaik-baiknya.
- c. Pencegahan penulisan, gerakan atau kegiatan yang tidak perlu.
- d. Berusaha mendapatkan arus pekerjaan yang sebaik-baiknya dan mencegah adanya rintangan-rintangan.
- e. Mencegah kembaran (duplikasi) pekerjaan terutama pada formulir.
- f. Ada pengecualian yang semini-minimumnya terhadap peraturan.
- g. Mencegah pemeriksaan yang tidak perlu.
- h. Bersifat fleksibel (dapat disesuaikan dengan kondisi).
- i. SOP memberikan pengawasan yang terus-menerus terhadap pekerjaan yang dilakukan.
- j. Menggunakan mesin kantor dengan sebaik-baiknya.
- k. Menggunakan urutan pelaksanaan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.
- l. Tiap pekerjaan yang diselesaikan harus memperhatikan tujuan.
- m. Pekerjaan tata usaha harus di selenggarakan.
- n. Pergunakan sebaik-baiknya prinsip pengecualian.

2.1.8 Isi SOP

Dalam tulisan (Putra, 2022) menurut Yulainda, dalam pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) ada beberapa isi dalam bagian, yakni:

- a. **Heading (Kepala Judul)**
Heading yang dimaksud adalah format yang telah ditetapkan oleh sebuah organisasi untuk wadah informasi penting.
- b. **Penjelasan Isi Prosedur**
 Bagian ini mencakup hal yang terkait dengan isi prosedur secara langsung, sekaligus mencakup kebijakan dan peraturan yang berasal dari intern.
- c. **Peraturan dan Kebijakan Ekstern**
 Bagian ini memuat yang telah ditetapkan dan kebijakan-kebijakan ekstern yang ada kaitannya dengan Standar Operasional Prosedur (SOP)
- d. **Isi Prosedur**
 Bagian ini menerapkan metode penggabungan dua Teknik, yakni penyusunan yang berupa Teknik naratif dan Teknik bagan arus.
- e. **Lampiran-lampiran**
 Bagian ini menampilkan lampiran-lampiran yang terkait dengan alur pengelolaan Standar Operasional Prosedur (SOP).

2.2 Return Barang

2.2.1 Pengertian Return Barang

Menurut (Hidayah, 2022), Pada dasarnya “*return* adalah transaksi yang terjadi karena spesifikasi produk tidak sesuai dengan akad”. Oleh karena itu, fungsi pengembalian adalah untuk memastikan bahwa barang yang diterima sesuai dengan kesepakatan.

2.2.2 Alasan Return Barang

Menurut Hidayah (2022) dalam menuliskan ada beberapa yang menjadi alasan mengembalikan barang yang mereka pesan, antara lain:

- a. **Pembeli Menerima Lebih Banyak dari Pemesanan**
 Pembeli mungkin menerima lebih banyak barang daripada yang dipesan, atau penjual mungkin salah mengirimkan barang tambahan.
- b. **Keterlambatan Pengiriman**
 Pembeli dapat mengembalikan produk jika tidak lagi membutuhkannya. Misalnya, jika pembeli membutuhkan produk pada tanggal tertentu dan datang terlambat, pembeli dapat mengembalikan produk tersebut
- c. **Ukuran dan Warna Berbeda**
 Pembeli dapat memesan produk secara online melalui *marketplace* tanpa harus melihat produk secara langsung. Namun, ukuran atau warna yang dipesan mungkin berbeda dari harapan pembeli, dan pembeli dapat mengembalikan barang tersebut
- d. **Item yang dipesan salah**
 Pembeli terkadang salah memesan produk, apalagi saat berbelanja di online *marketplace*.
- e. **Produk yang rusak atau cacat**
 Tergantung pada produknya, mungkin rusak atau cacat dalam proses pengepakan dan pengiriman. Pembeli dapat mengembalikan barang-barang ini kepada Penjual untuk ditukar. Penjual dapat menetapkan kebijakan pengembaliannya sendiri. Pilihannya termasuk pengembalian gratis untuk jangka waktu tertentu, atau yang sering disebut garansi, membebaskan biaya penggantian, atau menerima pengembalian hanya dengan tanda terima

2.2.3 Jenis-jenis *Return* Barang

Menurut Hidayah (2022), ada dua jenis *return* barang, yaitu:

a. *Return* Pembelian

Return Pembelian adalah pengembalian suatu barang oleh Pembeli kepada Penjual karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan atau karena barang yang dikirim rusak. Mengembalikan pembelian membebaskan tanggung jawab pembeli kepada penjual.

Return pembelian dikredit dan utang usaha didebit dalam jurnal keuangan. Dengan kata lain, *return* pembelian mempengaruhi pengakuan pada laporan arus kas. Ada dua jenis *return* pembelian:

1) Kredit untuk pembelian yang dikembalikan

Pengembalian barang yang diperjualbelikan secara kredit dalam waktu dan bulan yang diperkirakan antara penjual dan pembeli menurut syarat-syarat yang disepakati antara pembeli dan penjual.

2) Pengembalian untuk pembelian tunai

Pengembalian barang yang dibeli secara tunai kepada Penjual oleh Pembeli dan dicatat dalam register yang menunjukkan bahwa barang tersebut dapat dikembalikan atau rusak.

b. *Return* Penjualan

Return penjualan adalah penerimaan oleh penjual atas barang yang dikembalikan oleh Pembeli. Pengembalian ini biasanya terjadi ketika barang yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan keinginan pembeli atau rusak. Pengembalian menyebabkan pengurangan klaim Penjual atau faktur Pembeli. Saat memasukkan *return* penjualan ke dalam jurnal, kolom debit diisi dengan *return* penjualan yang tidak tertagih dan di *posting* sebagai kredit.

Dalam transaksi penjualan, penjual biasanya membagi pengembalian menjadi tiga jenis.

1) *Return* penjualan yang mengembalikan uang pembeli.

2) Pengembalian yang mengurangi klaim pembeli.

3) *Return* penjualan untuk mengganti barang pembeli yang rusak dengan barang baru.

Untuk mengurangi jumlah pengembalian, penjual harus lebih memperhatikan sifat dan spesifikasi barangnya sebelum mengirimkannya ke pembeli.

2.2.4 Cara Mencatat *Return* Penjualan

Dalam tulisan Hidayah (2022), di uraikan tata cara mencatat *return* penjualan sebagai berikut:

a. Buat Daftar Pengembalian Dan Catat Jenis Pengembalian

Pertama, identifikasi bagaimana pelanggan awalnya membayar dan bagaimana perusahaan mengembalikan uang. Perhatikan apakah pelanggan membayar dengan tunai atau kredit.

Store credit berarti bahwa pelanggan memiliki waktu tertentu sebelum membeli suatu barang dan melakukan pembayaran.

Mengetahui bagaimana pelanggan membayar pengembalian membantu melacak dan menyelesaikan transaksi tersebut.

b. Konfirmasi Pengembalian

Kemudian meninjau pengembalian terhadap kebijakan pengembalian yang disetujui perusahaan kami. Banyak perusahaan memiliki periode pengembalian yang dapat diterima. Batas waktu di mana pengembalian produk dapat diterima.

c. Mencatat Transaksi *Return* Penjualan

Selain itu, dapat menggunakan informasi *return* untuk mencatat *return* penjualan di akun perusahaan. Untuk penjualan tunai dan kredit, dapat

memposting jumlah ke akun *return* dan rabat penjualan. juga dapat mencatat dari mana uang itu berasal untuk membantu menyeimbangkan pembukuan.

d. Perbarui Inventaris

Barang dagangan yang dikembalikan dapat dikembalikan ke inventaris perusahaan. Misalnya, jika pelanggan mengembalikan item pakaian yang dapat digunakan dan tidak rusak, pengecer dapat menjual kembali item tersebut. Item ini saat ini adalah bagian dari inventaris kami.

dapat menambahkan item ini ke catatan akun inventaris dan mengurangi jumlah yang sama dari harga pokok penjualan.

2.3 Loyalitas Pelanggan

2.3.1 Pengertian Loyalitas

Menurut (Hermanto, 2019) menyampaikan pemikirannya tentang loyalitas pelanggan yang dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan pembelian kembali untuk (produk) atau pengulangan kunjungan untuk (jasa layanan) yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya setelah mengonsumsi dan merasakan produk atau jasa tersebut.

Menurut (Ika, 2020), loyalitas konsumen adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan di dalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/ jasa tersebut.

Loyalitas pelanggan banyak digunakan sebagai alat pengukuran kinerja pemasaran. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haris, 2019) menunjukkan bahwa terdapat salah satu faktor yang penting bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan yaitu dengan membuat konsumen melakukan repeat order secara terus menerus atau sering disebut dengan adanya pelanggan yang loyal, adanya pelanggan yang loyal juga dapat membuat orang lain melakukan transaksi pembelian pada suatu perusahaan.

Loyalitas pelanggan sangat berperan terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan sehingga perusahaan harus dapat memahami apa saja yang mampu membuat konsumen menjadi loyal dan mencari cara

supaya mendapatkan loyalitas pelanggan (Arrosadi et al., 2022). Griffin menyatakan perilaku konsumen yang menunjukkan pembelian secara berulang atau paling sedikit pernah membeli suatu produk yang sama paling sedikit dua kali (Haris, 2019). Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai perilaku yang menguntungkan bagi perusahaan, yang dapat dibuktikan dengan pelanggan yang membeli produk dari pengecer tertentu secara berulang, memiliki preferensi terhadap merek tertentu, dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pelanggan setia adalah mereka yang menunjukkan perilaku pembelian produk dan layanan berulang kali, yang merekomendasikannya kepada orang lain, dan menentang semua jenis propaganda. Ketika seorang pelanggan menunjukkan kesetiaan mereka dalam pembelian berulang dari produk atau layanan yang sama, pelanggan seperti itu disebut “brand loyal” (Uddin et al., 2022).

Menurut Subroto (2007) ada lima faktor yang dapat menciptakan pelanggan yang loyal yaitu nilai merek (brand value), karakteristik pelanggan, switching barrier, customer satisfaction (kepuasan pelanggan), dan lingkungan yang kompetitif. pelatihan dan pemberdayaan kepada karyawan secara berkelanjutan dan memotivasi staf untuk berorientasi terhadap loyalitas pelanggan (Khamdan, 2023).

2.3.2 Karakteristik Pelanggan yang Loyal

Menurut Griffin menyebutkan dalam (Hermanto, 2019), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur.
- b. Membeli di luar produk lini/ jasa.
- c. Merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

2.3.3 Alasan Menjaga Pelanggan

Menurut Kotler, Hayes dan Bloom dalam (Hermanto, 2019), ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumennya:

- a. Pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.
- b. Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru.
- c. Pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain.
- d. Jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi. Pelanggan lama sudah tentu tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka, sehingga biaya pelayanan lebih murah.
- e. Pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
- f. Pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan, dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.

2.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan

Berikut ini indikator loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam (Ika, 2020), antara lain:

- a. *Repeat Purchase Behavior* (Perilaku Pembelian Berulang): Indikator ini mengukur seberapa sering pelanggan melakukan pembelian ulang dari merek atau perusahaan tertentu. Semakin sering pelanggan membeli produk atau menggunakan jasa dari merek tersebut, semakin besar kemungkinan mereka merupakan pelanggan yang loyal.

- b. *Share of Wallet* (Bagian dari Pengeluaran): Indikator ini mengukur seberapa besar persentase pengeluaran pelanggan yang dialokasikan untuk merek atau perusahaan tertentu dibandingkan dengan pesaingnya. Jika pelanggan cenderung menghabiskan sebagian besar anggaran belanja mereka pada merek atau perusahaan tertentu, hal ini menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi.
- c. *Advocacy Behavior* (Perilaku Pengarahan): Indikator ini melibatkan perilaku pelanggan dalam merekomendasikan atau memberikan informasi positif mengenai merek atau perusahaan kepada orang lain. Pelanggan yang loyal cenderung menjadi pengagum merek dan akan dengan senang hati mempromosikan dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

2.3.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas ditunjukkan oleh aksi yang dilakukan oleh pelanggan tanpa ada unsur paksaan dan tekanan dari pihak manapun. Sikap loyal pelanggan merupakan tujuan akhir dari setiap perusahaan dalam membina hubungan dengan para pelanggannya. Loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan dalam meningkatkan laba dan prospek perusahaan yang lebih baik dimasa mendatang. Selain itu loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan karena produk yang mereka tawarkan telah dipercaya pelanggannya. Loyalitas pelanggan terbentuk dari beberapa tahapan.

Menurut Griffin dalam Ratih Huriyati (2015) terdapat proses atau tahap-tahap terbentuknya loyalitas pelanggan yang terbagi menjadi tujuh tahap, yaitu:

1. Suspect, meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang/jasa perusahaan tetapi belum tahu apapun mengenai perusahaan dan barang/jasa yang ditawarkan.
2. Prospects adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan suatu produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membeli produk/jasa. Para prospect ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian, mereka telah mengetahui keberadaan perusahaan dan barang/jasa yang ditawarkan, karena seseorang telah merekomendasikan barang/jasa tersebut kepadanya.
3. Disqualified Prospects yaitu prospect yang telah mengetahui keberadaan barang/jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang/jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang/jasa tersebut.
4. First Time Customers yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan yang baru untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.
5. Repeat Customers yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Mereka adalah yang melakukan pembelian atas produk yang sama sebanyak dua kali, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.
6. Clients adalah pelanggan yang akan membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan yang mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini

sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.

7. Advocates seperti halnya clients, advocates membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur terhadap produk tersebut. Selain itu, mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang atau jasa dari perusahaan tersebut atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain, dengan begitu secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen untuk perusahaan yang mana hal tersebut sangat baik untuk keberlangsungan perusahaan.

2.3.6 Faktor Loyalitas Pelanggan

Dalam (Khamdan, 2023) menurut Subroto (2007), terdapat lima faktor yang menyebabkan pelanggan loyal yaitu:

- a. Kepuasan (Satisfaction). Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.
- b. Ikatan emosi (Emotional bonding). Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.
- c. Kepercayaan (Trust). Kemauan seseorang untuk mempercayai perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.
- d. Kemudahan (Choice reduction and habit). Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

- e. Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*). Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut Robinette (2001) dalam (Khamdan, 2023) adalah sebagai berikut :

- a. Perhatian (*caring*), perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan perhatian itu, pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan, dan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan perusahaan yang loyal. Semakin perusahaan menunjukkan perhatiannya, maka akan semakin besar loyalitas pelanggan itu muncul.
- b. Kepercayaan (*trust*), kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari tingkat kepercayaan (*trust*) para pelanggan. Apabila tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan menjadi kuat. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam membina hubungan dengan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki kualitas atau kesempurnaan seperti yang seharusnya atau sebagaimana dijanjikan, sehingga pelanggan tidak merasa tertipu, yang mana hal ini dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke produk pesaing.
- c. Perlindungan (*length of patronage*), perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan, komplain ataupun layanan

purnajual. Dengan demikian, pelanggan tidak khawatir perusahaan dalam melakukan transaksi dan berhubungan dengan perusahaan, karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

- d. Kepuasan akumulatif (*overall satisfaction*), kepuasan akumulatif adalah keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap sikap agen (*service provider*) dan kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri.

Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan segala transaksi dengan perusahaan, sehingga dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan fungsi dan kegunaan dari segala fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar pelanggan dapat memanfaatkannya kapan saja dan dimana saja. Menurut (Khamdan, 2023), faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Kepuasan (*Satisfaction*), Ikatan emosi (*Emotional bonding*), Kepercayaan (*Trust*), Kemudahan (*Choice reduction and habit*), Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*), Perhatian (*caring*), Perlindungan (*length of patronage*), dan Kepuasan akumulatif (*overall satisfaction*)

2.4 Hasil Riset yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Tahun	Hasil / Kesimpulan
1	Tiara Citra Mukti	Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	2017	<p>Hasil wawancara dengan <i>Front Office Manager dan Front Office Supervisor</i>. Mereka mengatakan bahwa Standar Operasional Prosedur (SOP) sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan dengan adanya SOP pekerjaan lebih mudah dikerjakan, kesalahan dapat diminimalisir dan memberikan efisien waktu sehingga pekerjaan dapat dikerjakan tepat waktu dan target dari hotel dapat terpenuhi</p> <p>2. Mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 94,9% sedangkan sisanya 5,1% dipengaruhi oleh faktor lain</p> <p>3. t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu</p>

				10,539 > 2,446. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Standar Operasional Prosedur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kesimpulan bahwa hipotesis diterima.
2	Lia Ariani Ade Rohmah	Pengaruh SOP (<i>Standard Operating Procedure</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kinerja Karyawan Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Di JNE Umk Dersalam, Bae, Kudus)	2018	Hasil pengujian statistik hipotesis pertama yaitu pengaruh <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) terhadap loyalitas pelanggan mendapatkan nilai t hitung 3,006 dengan nilai t tabel 1,9817 dan nilai p value (sig) 0,003 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel (5,267 > 1,9817), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di JNE UMK.
3	(Rahayu & Sihombing)	Hubungan Implementasi Operasional Prosedur Berdasarkan Permenpan Nomor 35 Tahun 2012 Terhadap Kepuasan Pelanggan Di BKN Regional VI Medan	2018	Dari hasil penelitian, pembahasan dan analisis, peneliti mencatat bahwa menunjukkan terdapat korelasi yang positif sebesar 0.743 antara Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) berdasarkan Permenpan No.35 tahun 2012 terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Regional VI Badan Kepegawaian Negara Medan, Korelasi diperoleh nilai probabilitas variabel Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan Kepuasan Pelanggan pada Kantor Regional VI Badan Kepegawaian sebesar $0,0743 > 0,0376$. Dengan demikian hasil Hipotesis adalah $H_0 \neq 0$, H_a diterima atau korelasi Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan Kepuasan Pelanggan pada Kantor Regional VI Badan Kepegawaian Negara sangat signifikan

Sumber: Olahan Peneliti 2023

Persamaan dari ketiga hasil penelitian di atas adalah bahwa semua penelitian mengkaji pengaruh atau hubungan antara Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan aspek yang terkait, seperti kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Dalam ketiga penelitian tersebut, ditemukan bahwa SOP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aspek yang diamati.

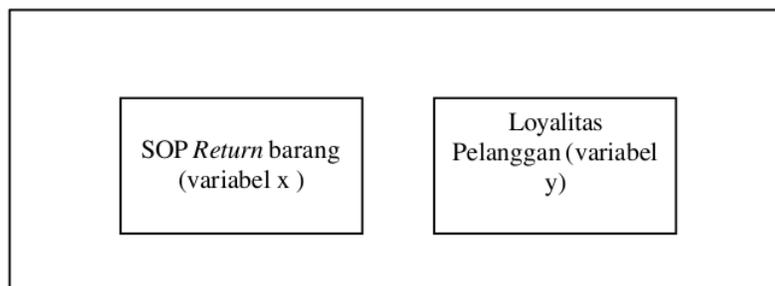
Perbedaan dari ketiga penelitian di atas adalah:

- a. Penelitian pertama dilakukan pada PT. Sinar Wijaya Motor Honda Wates Kediri dan menemukan bahwa SOP pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 94,9% sedangkan sisanya 5,1% dipengaruhi oleh faktor lain. t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $10,539 > 2,446$. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Standar Operasional Prosedur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kesimpulan bahwa hipotesis diterima.
- b. Penelitian kedua dilakukan pada JNE UMK dan menggunakan pengujian statistik untuk menguji hipotesis. Hasilnya menunjukkan bahwa SOP berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai p value yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan.
- c. Penelitian ketiga dilakukan di Kantor Regional VI Badan Kepegawaian Negara Medan dan menemukan korelasi positif yang signifikan antara implementasi SOP dengan kepuasan pelanggan. Korelasi tersebut diukur dengan nilai probabilitas variabel SOP dan kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai probabilitas variabel Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan Kepuasan Pelanggan pada Kantor Regional VI Badan Kepegawaian sebesar $0,0743 > 0,0376$. Dengan demikian hasil Hipotesis adalah $H_0 \neq 0$, H_a diterima atau korelasi Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan Kepuasan Pelanggan pada Kantor Regional VI Badan Kepegawaian Negara sangat signifikan.

Dikarenakan dari ketiga hal di atas masih ditemukan perbedaan dari hasil penelitian yang relevan, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang relevan.

2.5 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual penelitian ini:





Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa dilakukan analisis Standar Operasional Prosedur khususnya SOP *Return* Barang yang ada pada JNE Cabang Gunungsitoli untuk melihat Loyalitas Pelanggan.

2.6 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah

H₀ : Tidak ada pengaruh signifikan antara SOP *Return* Barang terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Cabang Gunungsitoli.

H_a : Ada pengaruh signifikan antara SOP *Return* Barang terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Cabang Gunungsitoli.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan, pendekatan, tingkat eksplanasi, analisis, dan jenis data yang digunakan. Mengetahui jenis-jenis penelitian ini akan membantu peneliti untuk menentukan metode yang paling efektif dan efisien untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang ada. Dengan demikian, penelitian dapat dilakukan dengan lebih tepat sasaran dan hasilnya lebih dapat diandalkan.

¹ Berdasarkan jenis data dan analisisnya, jenis penelitian dapat dibedakan menjadi tiga antara lain adalah penelitian kualitatif, kuantitatif dan penelitian gabungan kualitatif dan kuantitatif. Berikut lebih dijelaskan oleh (Ibrahim et al., 2018) bahwa:

- 1) Jenis penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang memfokuskan pada data yang berbentuk kalimat atau kata-kata. Penelitian ini biasanya dilakukan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam, mengidentifikasi pola-pola, makna, dan interpretasi subjektif. Teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian kualitatif seringkali berupa narasi atau deskripsi yang detail dan mendalam.
- 2) Jenis penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memfokuskan pada data yang berbentuk angka atau data numerik. Penelitian ini biasanya dilakukan untuk mengukur atau menguji hubungan antara variabel-variabel tertentu, mengidentifikasi pola atau trend, serta memberikan prediksi atau generalisasi. Teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif antara lain survei, eksperimen, dan analisis data sekunder. Hasil penelitian kuantitatif biasanya dinyatakan dalam bentuk tabel, grafik, atau statistik.
- 3) Jenis penelitian gabungan atau mixed methods adalah jenis penelitian yang menggabungkan penggunaan data kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Penelitian ini biasanya dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap dan komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian gabungan dapat mencakup wawancara, observasi, survei, dan eksperimen. Hasil penelitian gabungan biasanya disajikan dalam bentuk narasi dan angka yang terintegrasi secara holistik.

Berdasarkan pendapat yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti telah mengambil kesimpulan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Kesimpulan tersebut didasarkan pada fakta bahwa pengumpulan dan analisis data akan menggunakan data yang berbentuk angka-angka. Dengan demikian, penelitian

ini akan memfokuskan pada data numerik dan menggunakan teknik analisis yang sesuai untuk mengolah data tersebut.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah faktor-faktor yang diamati atau diukur dalam sebuah penelitian. Variabel-variabel tersebut menjadi fokus penelitian dan dapat memengaruhi hasil penelitian. Berikut yang menjadi variabel penelitian:

1. Variabel Independen / Bebas (X): Standar Operasional Prosedur (SOP)

Return Barang

Definisi : Menurut (Gabriele, 2018), “standar operasional prosedur. (SOP) adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai dengan fungsi dari pekerjaan konsisten, meminimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah dengan Indikator sebagai berikut: efisiensi konsistensi, minimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah, perlindungan tenaga kerja, peta kerja, dan batas pertahanan.

2. Variabel Dependen / Terikat (Y): Loyalitas Pelanggan

Definisi : (Hermanto, 2019) menyampaikan pemikirannya tentang loyalitas pelanggan yang dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan pembelian kembali untuk (produk) atau pengulangan kunjungan untuk (jasa layanan) yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya setelah mengonsumsi dan merasakan produk atau jasa tersebut. dengan Indikator sebagai berikut: *repeat purchase behavior* (perilaku pembelian berulang), *share of wallet* (bagian dari pengeluaran), dan *advocacy behavior* (perilaku pengarahan).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Disampaikan oleh Sudaryono dalam (Ferdinansyah et al., 2022), populasi dalam penelitian, mengacu pada definisi umum dari populasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diteliti oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan. Definisi ini menunjukkan bahwa dalam menentukan populasi, peneliti harus memperhatikan kualitas dan karakteristik dari objek atau subjek yang ingin diteliti, sehingga hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yang akurat dan relevan.

Pendapat tersebut juga menekankan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi, yang berarti bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas dengan memperhatikan karakteristik populasi yang telah diteliti.

Dalam hal ini, peneliti memastikan bahwa populasi yang dipilih benar-benar mewakili karakteristik yang ingin diteliti, sehingga hasil penelitian dapat diaplikasikan secara luas dan relevan. Populasi yang diacu dalam konteks ini adalah pelanggan yang telah ditetapkan sebagai bagian dari populasi. Jumlah keseluruhan dari populasi ini adalah sebanyak 47 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari sifat-sifat dan jumlah yang dimiliki oleh populasi dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel jenuh dengan metode sensus untuk menentukan sampel yang akan diambil yaitu pelanggan tetap yang telah di list oleh perusahaan. Metode sensus adalah metode dengan melakukan penyelidikan pada seluruh populasi untuk mendapatkan responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Menurut (Haryono, 2023), sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel. Sampel jenuh biasanya disebut dengan sensus yaitu semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Berdasarkan penjelasan di atas, maka sampel pada penelitian ini adalah semua populasi yang terdiri pelanggan tetap dengan jumlah 47 orang.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Jenis Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Instrumen penelitian dapat berupa kuesioner, wawancara, tes, observasi, atau pengukuran fisik dan psikologis lainnya yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden atau subjek penelitian. Menurut Sugiyono dalam (Nadirah et al., 2022):

Bahwa instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu validitas, reliabilitas, objektivitas, dan responsivitas. Validitas berkaitan dengan sejauh mana instrumen tersebut dapat mengukur variabel yang hendak diukur.

Reliabilitas berkaitan dengan keandalan instrumen, yaitu seberapa konsisten hasil yang diperoleh dari instrumen tersebut. Objektivitas berkaitan dengan kebebasan instrumen dari pengaruh peneliti atau subjek penelitian. Responsivitas berkaitan dengan kemampuan instrumen untuk mendeteksi perubahan yang terjadi pada subjek penelitian.

Dari pendapat di atas, dilihat dari jenis penelitian dan variabelnya maka peneliti akan menggunakan jenis instrumen angket/kuesioner.

3.4.2 Kisi-Kisi Instrumen

Supaya instrumen dengan baik, terarah dan tidak melenceng dari tujuan dan rumusan masalah penelitian, peneliti membuat kisi-kisi pernyataan yang berpedoman indikator variabel. Kisi-kisi ini merupakan format yang berupa matriks yang berisi informasi yang dijadikan sebagai pedoman untuk membuat angket/kuesioner. Kisi-kisi sendiri bertujuan untuk menentukan ruang lingkup atau yang akan dibahas. Berikut pedoman kuesioner yang dibuat oleh peneliti:

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel (peubah)	Sub Variabel	Indikator	Partisipan (orang yang digali informasi)	Instrumen (Alat Ukur)	Soal Ke	Jlh
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Pengaruh Standar Operasional Prosedur <i>Return</i> Barang terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli	Standar Operasional Prosedur <i>Return</i> Barang	1 Efisiensi, 2 Konsisten, 3 Minimalisasi kesalahan, 4 Penyelesaian masalah, 5 Perlindungan tenaga kerja, 6 Peta kerja, 7 Batasan pertahanan	Pelanggan	Angket dan Observasi	1-20	20
2	Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli	Loyalitas Pelanggan	1. Repeat Purchase Behavior (Perilaku Pembelian Berulang) 2. <i>Share of Wallet</i> (Bagian dari Pengeluaran) 3. <i>Advocacy Behavior</i>	Pelanggan	Angket dan Observasi	20-40	20

Sumber: Olahan Peneliti, 2023.

3.4.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan cara untuk mengelompokkan atau mengkategorikan data dalam suatu penelitian atau analisis statistik. Skala pengukuran digunakan untuk menentukan jenis statistik yang tepat yang dapat diterapkan pada data dan juga menentukan metode analisis yang tepat yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

Ada empat jenis skala pengukuran yang umum digunakan dalam statistik dan penelitian sosial, yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio (Raymond et al., 2023)(Siregar, 2017, p. 25). Setiap jenis skala memiliki karakteristik dan sifat yang berbeda yang menentukan jenis analisis statistik yang dapat dilakukan pada data tersebut.

Dalam penelitian, pemilihan skala pengukuran harus didasarkan pada jenis data yang diukur, tujuan penelitian, dan metode analisis yang diinginkan. Skala pengukuran yang tepat akan membantu dalam melakukan analisis statistik yang akurat dan memberikan hasil yang relevan bagi pengambil keputusan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dikarenakan jenis skala pengukuran yang mengurutkan nilai berdasarkan urutan atau derajat tertentu. Skala ini digunakan untuk mengukur variabel yang memiliki nilai yang dapat diurutkan, tetapi tidak memiliki jarak antara nilai yang sama atau tidak dapat diukur secara akurat. Misalnya, skala ordinal dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan responden terhadap produk atau layanan, dengan pilihan jawaban seperti "sangat setuju", "setuju", "netral", "tidak setuju", dan "sangat tidak setuju".

Terdapat berbagai macam skala pengukuran yang dapat digunakan sesuai dengan jenis data yang diukur, seperti skala Likert, skala Guttman, skala Semantic Differential, skala Bogardus, dan skala Thurstone (Siregar dalam Raymond et al., 2023). Namun, dari berbagai skala tersebut, skala Likert menjadi salah satu skala yang paling umum digunakan dalam penelitian sosial karena mudah digunakan, diinterpretasikan oleh responden, dan memberikan kemampuan untuk mengukur intensitas dari sikap atau pendapat yang diukur. Selain itu, skala Likert juga mudah dianalisis dan dapat menggunakan metode analisis statistik yang lebih bervariasi. Oleh karena itu, pemilihan skala Likert dapat menjadi pilihan yang tepat dalam penelitian sosial jika variabel yang akan diukur tidak memiliki satuan interval atau rasio dan ingin dilakukan analisis statistik yang bervariasi.

1) Sangat Setuju	diberi skor = 5
2) Setuju	diberi skor = 4
3) Netral	diberi skor = 3
4) Tidak Setuju	diberi skor = 2
5) Sangat Tidak setuju	diberi skor = 1

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang relevan dengan suatu topik atau masalah tertentu. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu fenomena atau situasi yang sedang diteliti.

Salah satu langkah strategis terpenting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Jika peneliti tidak memahami teknik pengumpulan data yang diperlukan, maka ia tidak akan dapat mengumpulkan data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan (Abdussamad & Sik, 2021). Metode pengumpulan data dapat bervariasi, tergantung pada jenis data yang diinginkan dan sumber data yang tersedia. Beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian adalah wawancara, kuesioner, observasi, dan analisis dokumen. Setelah data terkumpul, peneliti dapat menganalisis dan menginterpretasikan data untuk mengambil kesimpulan atau membuat rekomendasi.

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan:

- 1) Pengamatan (observasi) dapat memberikan data yang objektif dan akurat karena dilakukan secara langsung pada objek penelitian. Namun, perlu diperhatikan bahwa terkadang pengamatan dapat terpengaruh oleh bias peneliti.
- 2) Angket (kuesioner) dapat memberikan data yang luas dan mudah diolah karena dapat diberikan kepada banyak responden sekaligus. Namun, perlu diperhatikan bahwa data yang diperoleh dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejujuran responden, pemahaman terhadap pertanyaan, dan kebiasaan untuk memberikan respons yang sama. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ialah kuesioner tertutup. Kuesioner (angket) tertutup maksudnya peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden tinggal memilih yang sesuai dengan kondisi yang dialami.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk mengolah dan menganalisa data yang telah diperoleh, maka penulis melakukan metode analisis data secara kuantitatif. Menurut Arikunto dalam (Haryono, 2023), bahwa “Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan dan dapat diukur secara matematis.” Dengan demikian, maka kesimpulan

penelitian dapat diambil sesuai dengan fenomena-fenomena yang ditemukan pada objek penelitian berdasarkan data-data kuantitatif yang diperoleh. Selanjutnya dalam membuktikan pengaruh kedua variabel maka penulis akan melakukan teknik analisa data menggunakan aplikasi *SPSS Statistic 25*, dengan penjelasan sebagai berikut.

3.6.1 Verifikasi Data

Verifikasi data adalah langkah penting dalam memastikan kesesuaian angket dengan petunjuk serta mencegah terjadinya masalah yang tidak diinginkan dalam pengolahan angket. Setelah melalui verifikasi, angket yang memenuhi syarat dapat diproses.

3.6.2 Pengolahan Angket

Angket yang telah diedarkan kepada sejumlah responden terdiri 5 alternatif pilihan jawaban, menggunakan metode skala likert dengan teknik pembobotan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|-----------------|
| 1) Sangat Setuju | diberi skor = 5 |
| 2) Setuju | diberi skor = 4 |
| 3) Netral | diberi scor = 3 |
| 4) Tidak Setuju | diberi skor = 2 |
| 5) Sangat Tidak setuju | diberi skor = 1 |

3.6.3 Uji Validitas Data

Pengertian validitas data menurut (Amanda et al., 2019), uji validitas adalah suatu pengujian terkait dengan keakuratan, konsistensi, atau stabilitas dari suatu alat ukur, sedangkan reliabilitas merupakan pengujian terhadap ketepatan atau kelayakan dari suatu alat ukur pada pengukuran dalam penelitian yang dilakukan. Suatu alat ukur dalam penelitian dapat dipercaya jika memiliki reliabilitas yang tinggi. Penelitian dikatakan valid apabila diukur secara tepat pada kondisi yang sesungguhnya dan dikatakan reliabel ketika alat ukur tersebut akurat dan benar-benar konsisten. Sedangkan menurut Arikunto dalam (Haryono, 2023), uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan

tingkat keandalan atau tingkat kesahihan suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Avilya & Ghozali, 2022). Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

3.6.4 Uji Reliabilitas Data

Menurut (Avilya & Ghozali, 2022) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas, alat ukur yaitu kompleksitas tugas, tekanan ketaatan, pengetahuan auditor serta *audit judgment*. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh (Avilya & Ghozali, 2022), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi Cronbach Alpha ini

dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 25. Jika dibuat dalam bentuk tabel maka akan menjadi seperti berikut:

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
$>0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

3.6.5 Uji Asumsi Klasik (Uji Prasyarat)

Sebelum menganalisis data penelitian, penting untuk melakukan pengujian prasyarat analisis terlebih dahulu. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel bebas (independen/predictor) dan variabel terikat (dependen/kriterium) memenuhi kriteria yang layak untuk dilakukan analisis korelasional atau analisis regresi. Dalam penelitian ini, diperlukan estimasi model regresi linier yang kemudian diikuti dengan uji prasyarat analisis, yaitu uji asumsi klasik.

Pengujian persyaratan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal, sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengecek apakah varians data berbeda-beda.

1) Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu (variabel independen dan variabel dependen) memiliki distribusi normal atau tidak. Kaedah pengujian uji normalitas melalui Kolmogorov-Smirnov Tes. Jika nilai Tes Statistik lebih besar dari taraf signifikansi α 0,05, maka dikatakan model regresi berdistribusi normal sebaliknya jika nilai tes statistik lebih kecil dari taraf signifikansi α 0,05, maka dikatakan model regresi berdistribusi tidak normal.

Menurut Mardiatmoko dalam (SALADIN, 2022) uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam persamaan model regresi ditemukan variabel yang bersifat residual. Uji ini juga termasuk dalam uji non parametrik menggunakan persamaan.

Model regresi yang baik adalah distribusi data yang normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mengetahui kenormalan suatu data dapat dilakukan dengan pengujian Jarque Bera (JB). Selanjutnya membandingkan nilai Probabilitas Jarque Bera dengan tingkat signifikan. Tingkat signifikansi pada penelitian ini adalah 0,05. Pedoman pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas $JB > 0,05$ maka data berdistribusi normal.
 - 2) Jika nilai probabilitas $JB < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.
- 2) Uji Auto Korelasi

Menurut Mardiatmoko dalam (SALADIN, 2022) autokorelasi merupakan korelasi antar nilai *residu time the series* pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode $t-1$ dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi menggunakan software SPSS yaitu dengan melakukan *Uji Durbin-Watson*. Dalam uji ini apabila nilai $probability\ Obs * R\text{-squared} > 0,05$, maka tidak terdapat gejala autokorelasi pada penelitian tersebut, dan sebaliknya

- 3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat dalam model regresi ada kesamaan *variance* dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lain. Uji heterokedastisitas dilihat melalui pola titik pada gambar kotak hasil pengolahan data. Apabila titik tersebar keseluruh area dalam kotak maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak mengalami heterokedastisitas. Namun jika titik dalam kotak membentuk pola tertentu, maka dapat dikatakan data tersebut mengalami heterokedastisitas.

3.6.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data baik percobaan yang terkontrol maupun tidak terkontrol. Sebuah hasil dikatakan signifikan dalam statistik jika suatu kejadian hampir tidak mungkin disebabkan oleh sesuatu yang kebetulan, dimana sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Uji hipotesis sering juga disebut konfirmasi analisis data.

a) Uji t-test (Uji Parsial)

Tujuan dari uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel X (SOP *return* barang) atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y (loaylitas pelanggan) atau variabel dependen. Kriteria uji statistik t adalah (Avilya & Ghozali, 2022) :

1. Jika nilai signifikansi uji $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikansi uji $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mencari nilai perhitungan kriteria di atas, data yang telah dikumpulkan dipindahkan ke Microsoft Excel, dan langkah selanjutnya adalah memindahkan data dari Microsoft Excel ke dalam aplikasi IBM SPSS versi 25.

b) Analisis Koefisien Determinasi (R -square/ R^2)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui bagaimana

besarnya pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Pada dasarnya koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kebenaran dari model analisis regresi. Nilai dari koefisien determinasi (R^2) adalah mulai dari 0 sampai dengan 1. Dimana apabila nilai R^2 mendekati 1 maka semakin besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat atau semakin besar kemampuan dari model yang dihasilkan dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat/dependen (Avilya & Ghozali, 2022) Model yang baik adalah model yang meminimumkan residual yang berarti bahwa variasi variabel independen dapat menerangkan variabel dependennya dengan $\alpha = 5\%$, sehingga diperoleh korelasi yang tinggi antara variabel dependen dan variabel independen dan sebaliknya.

3.6.7 Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Rumus regresi linear sederhana adalah (Siregar, 2017):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = variabel bebas (*SOP Return*)

Y = variabel terikat (*Loyalitas Pelanggan*)

a = konstanta (*intersep*), perpotongan dengan sumber vertical

b = konstanta regresi (*slope*)

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilakukan JNE Cabang Gunungsitoli, Alamat: Jl. Diponegoro No.410a, Sifalaete Tabaloho, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama periode enam bulan, dimulai pada bulan April hingga September 2023. Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan, sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Jadwal																									
	April-23				May-23				Jun-23				Jul-23				Aug-23				Sep-23					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■	■	■																						
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing					■	■	■	■																		
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi									■	■																
Persiapan Seminar									■	■																
Seminar Proposal Skripsi											■	■														
Persiapan Penelitian													■	■	■	■										
Pengumpulan Data															■	■										
Penelitian Naskah Skripsi																	■	■								
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																			■	■						
Penelitian dan Penyempurnan skripsi																					■	■				
Ujian skripsi																							■	■		

Sumber: Olahan peneliti, 2023

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Temuan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi penelitian. Peneliti telah melakukan pengamatan (observasi) dan penyebaran angket (kuesioner) kepada 47 orang responden di JNE Cabang Gunungsitoli untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi. Adapun temuan penelitian adalah sebagai berikut :

4.1.1 Sejarah JNE Cabang Gunungsitoli

Awal berdirinya JNE itu sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE). Pada tanggal 26 November 1990 PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan yang dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TiKi) untuk mengurus jaringan kurir internasional. Bermula dengan delapan orang dan bermodalkan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hong Kong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TiKi dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Selama bertahun-tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen sendiri dengan membuat logo sendiri agar dapat membedakan dengan TiKi. Pada tahun 2002 JNE membeli gedung untuk Operations Sorting Center di Jakarta. Kemudian pada tahun 2004 JNE membeli gedung lagi untuk dijadikan Kantor Pusat berada di Tomang Raya No 9 & 11 Jakarta Barat.

Dari tahun ke tahun, pertumbuhan bisnis JNE semakin baik, bahkan di atas rata-rata pertumbuhan industri. Industri sendiri bertumbuh hanya sebesar 10%-15%, namun bisnis JNE tumbuh hingga 20% tiap tahunnya.

4.2 Verifikasi Data

Verifikasi data dilakukan untuk mengetahui apakah angket yang telah disebarkan oleh peneliti kepada responden telah diisi sesuai dengan petunjuk pengisian. Angket disebarkan kepada 47 orang responden. Dalam hal ini meliputi pelanggan tetap JNE Cabang Gunungsitoli.

Berdasarkan verifikasi data, semua angket tersebut telah kembali ke tangan peneliti dalam keadaan utuh dan telah diisi sesuai dengan petunjuk. Maka angket telah diverifikasi dengan baik, sehingga data tersebut layak untuk dinyatakan sebagai data penelitian.

4.2.1 Karakteristik Responden

Sesuai dengan penjelasan pada bab sebelumnya, bahwa yang menjadi pemberi informasi (responden) pada penelitian ini pelanggan tetap JNE Cabang Gunungsitoli yang berjumlah 47 orang yang telah ditetapkan sebagai sampel. Oleh karena itu, peneliti menguraikan karakteristik responden sebagai masukan untuk variabel yang ada pada penelitian ini. Agar lebih mudah dipahami, maka peneliti akan menguraikan penjelasan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan

1. ¹⁹ Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil yang telah didapatkan pada pengumpulan data melalui penyebaran angket (kuesioner), berikut hasil data dari responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	30	63,82 %
2	Perempuan	17	36,18 %
Total		47	100 %

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada perempuan, dengan persentase laki-laki sebesar 63,82% dan perempuan 36,18%.

2. ¹⁹ Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil yang telah didapatkan pada pengumpulan data melalui penyebaran angket (kuesioner), berikut hasil data dari responden berdasarkan usia.

Tabel 4.2
Persentase Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	19-29	16	34,04%
2	30-39	17	36,17%
3	40-56	14	29,78%
Total		47	100%

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa jumlah responden dengan rentang usia 30-39 tahun adalah yang terbanyak dengan persentase sebesar 36,17%.

3. ¹⁹ Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari hasil yang telah didapatkan pada pengumpulan data melalui penyebaran angket (kuesioner), berikut hasil data dari responden berdasarkan usia.

Tabel 4.3
Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Posisi	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SMA-D3	27	57,44%
2	S1	19	40,42%
3	S2	1	3,14%
Total		47	100 %

Sumber : diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan terbanyak adalah SMA-D3, dengan persentase sebesar 57,44%.

4.3 Pengolahan Angket

Pengolahan angket pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Alat penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Skor untuk skala likert adalah 5, 4, 3, 2, 1. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini item pernyataan diberikan skor untuk masing-masing pernyataan atau pertanyaan dengan skor masing-masing disesuaikan dengan ketentuan awal yang digunakan dalam penelitian ini.

4.3.1 Hasil Skor Angket Variabel X

Angket yang disebar kepada responden bersifat tertutup, serta pada tiap-tiap angket memiliki lima opsi jawaban dengan skor penilaian yang berbeda-beda. Jumlah pertanyaan angket pada variabel X adalah sebanyak 20 pertanyaan. Dari masing-masing pernyataan tersebut diperoleh jawaban dan skor sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Skor Angket Variabel X

No.	Daftar Skor Item Pertanyaan (X)																				Total X
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	
1	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	89
2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	94
3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	88
4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	92
5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	85
6	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	86
7	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	85
8	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	82
9	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	83
10	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
11	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	82
12	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	81
13	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	82
14	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	80
15	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	81
16	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78
17	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	79
18	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	81
19	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	82
20	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	80
21	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	79
22	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	78
23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	79
24	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	80
25	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	82
26	3	4	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	79
27	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	79
28	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	78
29	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	78
30	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	71
31	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	71
32	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	74
33	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	74
34	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	72
35	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	3	71
36	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	71

37	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	73
38	3	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	75
39	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	71
40	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	74
41	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	72
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	73
43	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	4	3	4	75
44	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	72
45	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	73
46	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	72
47	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	69
Total	168	192	196	182	195	180	196	195	162	203	201	192	207	203	200	204	208	210	203	198	

Sumber : Kuesioner penelitian dan diolah oleh peneliti (2023)

4.3.2 Hasil Skor Angket Variabel Y

Angket yang disebar kepada responden bersifat tertutup, serta pada tiap-tiap angket memiliki lima opsi jawaban dengan skor penilaian yang berbeda-beda. Jumlah pertanyaan angket pada variabel X adalah sebanyak 20 pertanyaan. Dari masing-masing pernyataan tersebut diperoleh jawaban dan skor sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Skor Angket Variabel Y

No.	Daftar Skor Item Pertanyaan (Y)																				Total Y
	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Y 17	Y 18	Y 19	Y 20	
1	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	88
2	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	94
3	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	88
4	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	91
5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	85
6	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	87
7	3	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	84
8	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	83
9	3	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	85
10	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
11	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	85
12	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	83
13	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	82
14	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	80
15	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	81
16	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	81
17	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
18	3	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	83
19	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	85
20	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	86
21	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	81
22	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	80

23	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	81
24	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	82
25	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	83
26	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	82
27	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	81
28	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	80
29	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	79
30	3	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	73
31	3	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	72
32	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	73
33	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	72
34	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	70
35	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	69
36	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	68
37	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	66
38	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	66
39	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	64
40	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	67
41	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	69
42	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	66
43	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	70
44	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	72
45	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	73
46	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	72
47	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	69
Total	157	175	193	170	191	174	189	187	161	194	190	180	194	190	185	188	190	192	184	188	

Sumber : Kuesioner penelitian dan diolah oleh peneliti (2023)

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Menurut (Rahmawati, n.d.) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Data dikatakan valid apabila signifikansi dari seluruh item pertanyaan untuk masing-masing variabel < 0.05. Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Indikator	r Table	Sig.	R Hitung	Keterangan
SOP Return Barang (X)	X 1.1	0,287	.000	.555	Valid
	X 1.2	0,287	.000	.527	Valid
	X 1.3	0,287	.000	.537	Valid
	X 1.4	0,287	.000	.652	Valid
	X 1.5	0,287	.002	.437	Valid
	X 1.6	0,287	.000	.712	Valid
	X 1.7	0,287	.000	.535	Valid
	X 1.8	0,287	.000	.538	Valid
	X 1.9	0,287	.001	.454	Valid
	X1.10	0,287	.000	.664	Valid
	X 1.11	0,287	.007	.391	Valid
	X 1.12	0,287	.000	.572	Valid
	X 1.13	0,287	.006	.398	Valid
	X 1.14	0,287	.024	.328	Valid
	X 1.15	0,287	.000	.534	Valid
	X 1.16	0,287	.000	.549	Valid
	X 1.17	0,287	.000	.746	Valid
	X 1.18	0,287	.000	.641	Valid
	X 1.19	0,287	.005	.404	Valid
	X 1.20	0,287	.000	.563	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25

Sebagaimana hasil Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian atau butir pernyataan variabel X (SOP Return Barang) memiliki validitas yang memenuhi nilai $Sig < 0,05$, maka pernyataan variabel X dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Indikator	r Table	Sig.	R Hitung	Keterangan
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y 1.1	0,287	.011	.367	Valid
	Y 1.2	0,287	.000	.745	Valid
	Y 1.3	0,287	.000	.523	Valid
	Y 1.4	0,287	.005	.405	Valid
	Y 1.5	0,287	.000	.779	Valid
	Y 1.6	0,287	.000	.649	Valid
	Y 1.7	0,287	.010	.370	Valid
	Y 1.8	0,287	.000	.513	Valid
	Y 1.9	0,287	.001	.454	Valid
	Y1.10	0,287	.000	.514	Valid
	Y1.11	0,287	.000	.628	Valid
	Y 1.12	0,287	.000	.703	Valid
	Y 1.13	0,287	.000	.532	Valid
	Y 1.14	0,287	.000	.503	Valid

	Y 1.15	0,287	.000	.767	Valid
	Y 1.16	0,287	.000	.708	Valid
	Y 1.17	0,287	.000	.695	Valid
	Y 1.18	0,287	.000	.610	Valid
	Y 1.19	0,287	.000	.513	Valid
	Y 1.20	0,287	.000	.588	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25

Sebagaimana hasil Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian atau butir pernyataan variabel Y (Loyalitas Pelanggan) memiliki validitas yang memenuhi nilai $Sig < 0,05$, maka pernyataan variabel Y dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Rahmawati, n.d.), uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas SOP

Variabel	N of Item	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
SOP (X)	20	0,858	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* variabel pada variabel SOP adalah sebesar $0,858 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen data penelitian dinyatakan sangat reliabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas

Variabel	N of Item	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Loyalitas (Y)	20	0,895	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* variabel pada variabel Loyalitas adalah sebesar $0,895 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen data penelitian dinyatakan sangat reliabel.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			47
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	3.00795439
Most Differences	Extreme	Absolute	.156
		Positive	.083
		Negative	-.156
Test Statistic			.156
Asymp. Sig. (2-tailed)			.006 ^c

Pada tabel 4.10 dapat dilihat nilai signifikan pada uji tersebut sebesar 0,06. Nilai $\alpha > (0,05)$, sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pelanggaran asumsi normalitas pada model yang digunakan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil Uji Normalitas, diperoleh hasil bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat diproses dengan uji selanjutnya.

b. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini.

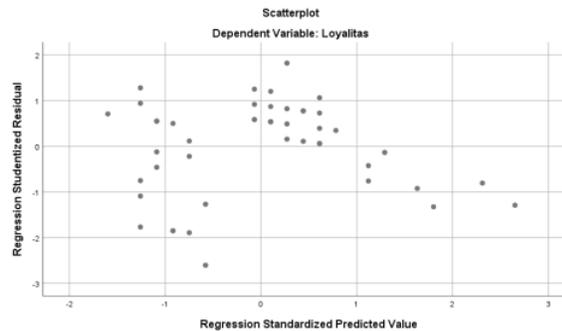
Tabel 4.11
Uji Auto Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.913 ^a	.834	.830	3.04119	.410

1 Berdasarkan hasil pada tabel, dapat dilihat bahwa hasil dari uji Durbin-Watson adalah sebesar $0.410 > 0.05$, yang artinya tidak terjadi autokorelasi pada data penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



1 Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan pendekatan statistik dengan uji asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik pada *scatter plot* menyebar ke segala arah yang menandakan model regresi bersifat homoskedastisitas. Homoskedastisitas adalah kondisi ketika nilai residu pada tiap nilai prediksi bervariasi dan variasinya cenderung konstan.

4.4.4 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas *SOP* (X) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel *Loyalitas* (Y). Hasil dari uji T ditunjukkan oleh tabel 4.12.

Tabel 4.12
Hasil Dari Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	-.2519	.015
SOP	15.024	.000

Berdasarkan hasil Tabel 4.13, diketahui bahwa *SOP* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan tingkat nilai 15.024 dan signifikansi $0.00 < 0.05$. dengan tingkat signifikansi yang berada dibawah 0.05, maka dapat dikatakan bahwa *SOP return* barang sangat mempengaruhi nilai loyalitas pelanggan.

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Hasil dari uji koefisien determinasi (uji R²) dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.834	.830	3.04119

¹ Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 kita dapat melihat bahwa tingkat hubungan antar variabel adalah $0,913 = 91\%$. Untuk nilai R² adalah sebesar $0,834 = 83\%$. Kesimpulannya, pengaruh variabel X terhadap variabel Y ialah sebesar 83%, sedangkan sisanya 17% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutsertakan.

4.4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana dengan SPSS 25.

Tabel 4.14

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-15.100	5.994		-.2519	.039
SOP	1.145	.076	.913	15.024	.000

Sumber data: Diolah Peneliti menggunakan SPSS 25

Berdasarkan Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana, maka didapatkan model analisis regresi linear sederhana sebagai berikut :

Persamaan Linear Sederhana :

$$Y = -15.100 + 1,145X$$

Dimana :

Y = Dari persamaan koefisien regresi di atas, konstanta adalah sebesar -15.100 yang menyatakan bahwa apabila variabel SOP dalam keadaan konstan (0), maka nilai Loyalitas adalah sebesar -15.100.

X = Dari persamaan koefisien regresi di atas, nilai SOP adalah sebesar 1,145 yang menyatakan bahwa apabila variabel SOP meningkat sebanyak 1%, maka nilai loyalitas akan meningkat sebanyak 1,145 %.

4.5 Analisa Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh standar operasional prosedur *return* barang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli diperoleh hasil sebagai berikut :

Dalam penelitian ini peneliti melibatkan responden sebanyak 47 orang pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli dengan pengumpulan data dan penyebaran angket. Data yang diperoleh melalui angket diolah dan diverifikasi untuk keabsahan data dari angket tersebut sehingga terbukti hasil pengujian validitas dan reliabilitas dikatakan valid dan reliabel dengan total pernyataan yaitu sebanyak 40 pernyataan yang terdiri dari 20 pernyataan untuk variabel X dan 20 pernyataan untuk variabel Y. Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa pengaruh SOP (X) berpengaruh positif terhadap loyalitas (Y).

4.5.1 Pengaruh Standar Operasional Prosedur *Return* Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli

Tujuan utama Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah agar karyawan dapat menjaga konsistensi dalam menjalankan pekerjaannya sehari-hari. Selain itu, karyawan akan memahami peran serta tanggung jawabnya. Karena, di dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) sudah diterangkan dengan rinci tugas masing-masing individu.

Responden dalam penelitian terdiri dari pelanggan tetap sebanyak 47 orang. Pengambilan sampel dari pelanggan di maksudkan untuk mendapatkan jawaban/keterangan yang lebih akurat.

Berdasarkan hasil analisis terhadap responden diketahui bahwa penerapan SOP berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yaitu dengan signifikansi 0.00. Selain itu, hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa SOP mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 83% secara keseluruhan.

Nilai signifikansi 0.00 menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan SOP *return* barang dapat mempengaruhi efektifitas operasional. Hal ini sesuai dengan literatur (Utami, 2022) yang menyatakan bahwa Standar Operasional Prosedur (SOP) sangat

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja karyawan dikarenakan dengan adanya SOP pekerjaan lebih mudah dikerjakan sehingga kesalahan terhadap pelanggan dapat diminimalisir dan memberikan efisiensi waktu sehingga pekerjaan dapat dikerjakan tepat waktu dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

Penerapan SOP *return* barang juga membuat perusahaan mendapatkan semakin banyak keuntungan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan adanya SOP ini maka pelanggan yang mengajukan pengembalian barang dapat menyelesaikan permasalahannya dengan lebih mudah dan cepat. Hal ini sesuai dengan literatur (Harwindito dan Adellia, 2021) yang menyatakan bahwa dengan adanya Standar Operasional Prosedur (SOP), penyelenggaraan administrasi pun dapat berjalan dengan pasti, berbagai bentuk penyimpangan dapat dihindari atau sekalipun terjadi penyimpangan di lingkungan perusahaan, hal tersebut dapat ditemukan penyebabnya dan bisa diselesaikan dengan cara yang tepat sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan.

SOP yang baik juga dianggap mampu mengurangi kesalahan Penerapan yang dilakukan oleh karyawan maupun manager perusahaan dalam menangani barang yang masuk dan keluar, sehingga dapat berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya berakhir pada loyalitas pelanggan hal ini sesuai dengan literatur (Peba et al., 2021) yang menyatakan bahwa dengan adanya SOP yang jelas maka pelanggan akan kembali menggunakan layanan jasa dari perusahaan tersebut karena sebelumnya pelanggan telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, beberapa pelanggan JNE Cabang Gunungsitoli menyatakan bahwa pelaksanaan SOP *return* barang di perusahaan ini sudah cukup baik. Selama persyaratan dari platform tempat kita memesan barang dipenuhi, maka dapat dipastikan bahwa pihak JNE Cabang Gunungsitoli akan langsung memproses masalah tersebut dengan cukup cepat. Selain itu, sejauh ini para pelanggan tidak pernah merasa dipersulit selama melakukan

pengembalian barang yang tidak sesuai di JNE Cabang Gunungsitoli. Walaupun sudah cukup baik secara keseluruhan, namun hasil observasi di lapangan juga menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil pelanggan JNE Cabang Gunungsitoli yang merasa bahwa pelaksanaan SOP return barang masih tidak maksimal. Hal ini terutama karena banyak pelanggan yang tidak memahami prosedur pengembalian barang, sehingga cenderung menunggu lama untuk pengembalian barangnya. Meskipun tidak terlalu banyak yang mengeluh, tetapi hal ini tetap menjadi masalah yang menjadi perhatian JNE Cabang Kota Gunungsitoli untuk dapat diminimalisir. Salah satu hal yang telah coba dilakukan oleh pihak perusahaan adalah dengan menunjukkan SOP return barang dalam bentuk tulisan, maupun mengarahkan pelanggan secara langsung untuk melakukan prosedur SOP return barang.

4.5.2 Besar Nilai Pengaruh Standar Operasional Prosedur *Return* Barang Terhadap Loyalitas Pelanggan di JNE Cabang Gunungsitoli

Hasil penelitian ini juga mampu membuktikan bahwa SOP *return* barang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penerapan SOP *return* barang yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan dengan signifikan. Tujuan dari penerapan SOP *return* barang adalah untuk menyediakan informasi untuk setiap individu dalam perusahaan untuk menjalankan suatu pekerjaan, dan memberikan konsistensi pada kualitas dan integritas dari suatu produk atau hasil akhir. SOP *return* barang mempunyai fungsi untuk membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas serta layanan yang mereka tawarkan. SOP *return* barang telah menjadi pendekatan manajemen yang sangat populer dan berhasil di berbagai perusahaan.

¹ Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinan (*R-square*) SOP *return* barang dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Hasil Tabel R^2 pada penelitian ini adalah 0.834. Hal ini menunjukkan bahwa variabel SOP *return* barang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 83%. Dalam pendekatan SOP *return* barang di JNE Cabang Gunungsitoli, loyalitas pelanggan dinyatakan berdasarkan perspektif pelanggan. Oleh karena itu, organisasi hanya dapat memahami dan menilai makna SOP *return* barang dengan memahami proses dan kebutuhan pelanggan. Fokus pada pelanggan merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan layanan pelanggan agar menjadi lebih baik. Perusahaan dapat menetapkan sasaran dan memahami kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan yang akan dilayani. Selain itu, perusahaan juga harus mengambil pendapat pelanggan, termasuk saran dan keluhan, dengan serius untuk memahami keinginan pelanggan sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Jika Standar Operasional Prosedur (SOP) dijalankan dengan baik dan benar maka perusahaan akan mendapat banyak manfaat dari penerapan tersebut termasuk loyalitas pelanggan (Rahayu *et al*, 2018).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Hasil uji hipotesis menggunakan program SPSS 25, diketahui SOP *return* barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diketahui nilai *Signifikansi* = $0.000 < 0.05$.
2. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinan (*R-Square*) yaitu sebesar 0.834 sehingga secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa SOP *return* barang mempengaruhi loyalitas pelanggan secara keseluruhan sebesar 83%. Untuk 17% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Berdasarkan obesrvasi dilapangan, bagusnya pelayanan JNE Cabang Gunungsitoli pada saat melaksanakan SOP *return* barang membuat pelanggan merasa puas dan tetap setia menggunakan jasa perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan maupun organisasi lain yang berhubungan dengan pengantaran dan pengembalian barang mulai menerapkan SOP *return* barang agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperoleh keuntungan positif lainnya. Karena berdasarkan hasil penelitian, penerapan SOP *return* barang yang baik dapat mengurangi tingkat kesalahan dalam mengatur pengembalian barang secara tepat dan efisien serta berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan.
2. Berdasarkan hasil pada kuesioner, kami menyarankan agar JNE Cabang Gunungsitoli agar lebih meningkatkan aspek minimalisasi kesalahan pada SOP *return* barang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Bagi peneliti lainnya, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh SOP *return* barang terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan ataupun organisasi lainnya agar dapat menjadi literatur

pembandingan bagi orang yang membutuhkan ataupun untuk memperkuat hasil penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- ALFRIEDA, S. (2023). *PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MCDONALD'S KOTA YOGYAKARTA*. Universitas Islam Indonesia.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arrosadi, A. H., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera). *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 314–328.
- Avilya, L. T., & Ghozali, I. (2022). PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4).
- Ferdinansyah, H., Azhmy, M. F., & Nasution, A. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dimediasi Brand Trust Pada Pengguna Depok Bubble Drink Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(2), 115–125.
- Gabriele, G. (2018). Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (Sop) Di Departemen Marketing Dan Hrd PT Cahaya Indo Persada Artikel Ilmiah Jurnal Agora. *Agora*, 6(1).
- Haris, D. (2019). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH*, 21–41.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *An-Nuur*, 13(2).

- Hermanto, H. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian* (I. Ismail (ed.)). Gunadarma Ilmu.
- Ika, D. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI : Jurusan Ekonomi*, XX(XX), 1–22.
file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W (2).pdf
- Khamdan, R. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN*. Khamdan Rifa'i.
- Nadirah, S. P., Pramana, A. D. R., & Zari, N. (2022). *metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif, mix method (mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo)*. CV. Azka Pustaka.
- Oron, W., Syamsul, S., & Sumiati, S. (2022). Manajemen Strategi Sop (Standar Operational Prosedur) Dalam Menghadapi Persaingan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Modern. *IQRA: JURNAL MAGISTER PENDIDIKAN ISLAM*, 2(02), 132–141.
- Peba, L. R., Langga, L., & Tanusi, G. (2021). ANALISIS PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM SETIAWAN BEJAWA. *SCIENTIFIC JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSINESS (SJMB)*, 1(1), 28–40.
- Putra, E. T. H. (2022). *Perancangan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Customer pada PT. Benelli Perkasa Motor Pusat Surabaya*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Rahayu, S., & Sihombing, M. (2018). Hubungan Implementasi Soperasional Prosedur Berdasarkan Permenpan Nomor 35 Tahun 2012 Terhadap Kepuasan Pelanggan Di BKN Regional VI Medan. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(1), 72–90.
- Rahmawati, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Consina di Surabaya (Studi Kasus Pada Consina Store Dharmahusada Surabaya)*.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J.

(2023). Pengaruh disiplin kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pada pt tanjung mutiara perkasa. *Jursima (Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen)*, 11(1), 129–133.

SALADIN, S. (2022). *PENGARUH LOKASI RUMAH TUSUK SATE TERHADAP NILAI PROPERTI: STUDI KASUS PADA PERUMAHAN PERMATA INDAH 2 KOWANGAN, TEMANGGUNG*. Politeknik Keuangan Negara STAN.

Salam, N. A. N., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA SSC (SITUBONDO SPORT CENTER) DI SITUBONDO DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(11), 2638–2656.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.

Taufiq, A. R. (2019). Penerapan Standar Operasional Prosedur (Sop) Dan Akuntabilitas Kinerja Rumah Sakit. *Jurnal Profita*, 12(1), 56. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.01.005>

Uddin, M. N., Rashid, M. H. U., & Rahman, M. T. (2022). Profitability, marketability, and CSR disclosure efficiency of the banking industry in Bangladesh. *Heliyon*, 8(11).

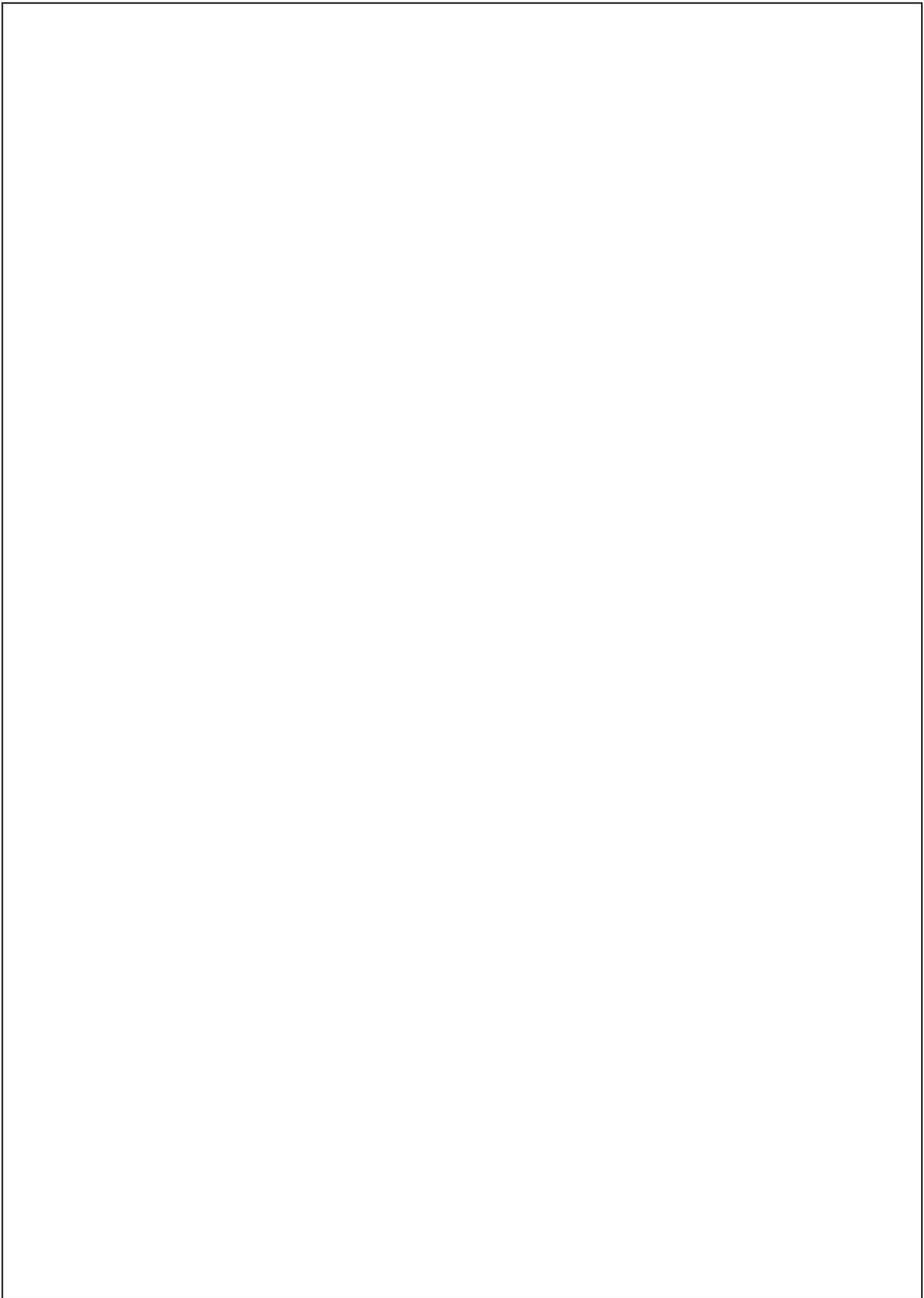
Utami, A. (2022). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja Operasional Pada Khas Pekanbaru Hotel*. Universitas Islam Riau.

Website

Hidayah, Nuril . 2022. Retur Barang: Pengertian, Jenis, Mekanisme, dan Contoh Lengka Diakses pada tanggal 20 Mei 2023, pukul 13.41. <https://mekari.com/blog/retur-barang/>

Buku

Soemohadiwidjojo, Arini T. 2017. Mudah Menyusun SOP (*Standard Operating Procedure*).



"PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR RETURN BARANG TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JNE CABANG GUNUNGSITOLI"

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

29%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	j-innovative.org Internet Source	7%
2	repository.uir.ac.id Internet Source	3%
3	repository.unwim.ac.id Internet Source	2%
4	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%
5	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	2%
6	klikpajak.id Internet Source	2%
7	repository.upbatam.ac.id Internet Source	2%
8	journal.unj.ac.id Internet Source	1%

9	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
10	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	1 %
11	ojs.uma.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.umsb.ac.id Internet Source	1 %
14	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.unej.ac.id Internet Source	1 %
16	eprints.unmas.ac.id Internet Source	1 %
17	repository.unived.ac.id Internet Source	1 %
18	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1 %
19	karya.brin.go.id Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

"PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR RETURN BARANG TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JNE CABANG GUNUNGSITOLI"

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61

PAGE 62

PAGE 63

PAGE 64

PAGE 65

PAGE 66

PAGE 67

PAGE 68

PAGE 69

PAGE 70

PAGE 71
